



**Nombre de alumno: Santos Espinosa  
María José**

**Nombre del profesor: Aldo Irecta Nájera**

**Nombre del trabajo: Ensayo**

**Nombre de la materia: Taller del  
Emprendedor**

**Grado: Noveno Cuatrimestre**

**Grupo: Diseño Gráfico**

Comitán de Domínguez Chiapas a 18 de Junio de 2020

En el presente ensayo se hablara sobre la descripción, ubicación y tamaño de una empresa en que consiste y su relación con el análisis FODA, así como la visión y misión y las ventajas competitivas relacionándolo a través de la propuesta de valor, nombre de la empresa, su descripción y los productos y servicios que lo conforman, explicando la importancia de cada uno de los temas ya mencionados y cómo influye para un emprendedor en su vida.

Para establecer y desarrollar una buena empresa se necesita saber cómo primer paso la descripción de la misma, es decir, que tipo de empresa es la que se llevara en marcha, su ocupación principal y a qué sector de la población estará dirigido, si será comercial, industrial o de servicio, ya que cada una cuenta con diferentes funciones para la sociedad. Es importante definir qué tipo de empresa se pondrá en práctica para establecer las metas u objetivos a ser alcanzadas.

Peter Drucker\* señaló que el 60% de los problemas dentro de algún negocio se deben al déficit en la comunicación. Una empresa nace a través de la comunicación y cuando ésta falta se afecta de forma interna. En promedio, un 70% de las empresas nuevas, fracasan en los primeros 5 años y uno de los motivos más comunes es una organización deficiente. (Prevento, 2019)

Esto a su vez conlleva a pensar en la ubicación y el tamaño de la empresa. La ubicación permite establecer en qué ambiente se desarrolla la empresa, buscando siempre el lugar adecuado para su desarrollo, evitando colocarla en un lugar fuera de contexto ya que no se conseguirá el éxito deseado. Posterior a esto el tamaño de la empresa se determina de acuerdo con la clasificación de organismos de gobierno como la secretaria de Economía que establece dicha clasificación en sectores comerciales, industriales y de servicio.

Localización y dimensión son aspectos que van íntimamente ligados, ya que la dimensión de una empresa, es decir, su capacidad productiva, vendrá determinada fundamentalmente por la demanda potencial del mercado que puede atender desde la localización elegida. Además, son dos decisiones estratégicas (a largo plazo), pues requieren una inversión considerable y, una vez puestas en práctica, no son fáciles de corregir. (e-ducativa.catedu.es, s.f.)

Pero no se podrá empezar el desarrollo si no se cuenta con un elemento fundamental para su arranque. Se habla del Análisis FODA como una herramienta fundamental que le servirá al emprendedor a valorar un diagnostico actual y futura de su proyecto para una mejor toma de decisiones. Sus siglas se componen de cuatro elementos las cuales son las Fortalezas, Debilidades, Oportunidades y Amenazas.

Según Eduardo Suarez “Un DAFO consiste en agrupar las Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades relacionadas con nuestro proyecto. Se trata de un ejercicio de abstracción, sacar la cabeza de los problemas del día a día para favorecer una visión más estratégica que nos permita pensar más a largo plazo.” (Urrutikoetxea, 2016)

Es indispensable realizar dicha evaluación periódicamente para toda empresa, guiando al emprendedor a planear acciones para lograr nuevas oportunidades y fortalezas. Cabe destacar dos aspectos indispensables en una empresa que no pueden pasar por alto, las cuales son la misión y visión de una empresa.

La misión es la razón de ser, es decir es el propósito o motivo por el cual existe, ayudando a guiar su propósito y sus actividades. La misión se caracteriza por la atención al cliente, la calidad en productos y servicios, filosofía de mejoramiento e innovación en sus productos o servicios, al igual consiste en ser amplia, motivadora y congruente. Posteriormente se habla de la visión que ayuda al emprendedor a seguir el objetivo establecido a largo plazo, permitiendo establecer objetivos y estrategias convirtiéndose en acciones de motivación para todos los miembros corporativos, una visión debe ser clara, motivadora, factible, realista y entendible.

Todo producto o servicio de la empresa deberá solucionar la necesidad de los consumidores, si se logra dicha satisfacción o solución al problema, se podrá llegar al éxito deseado, logrando posicionarse como las mejores y poseerán dichas características particulares y distintivas diferenciándolas de los competidores del mismo mercado.

Un buen producto o servicio debe tener valor para el cliente. Valor, entendido como la capacidad de responder a una necesidad desde la más básica hasta la más compleja, a un gusto o simplemente a un deseo de quien lo compra. El “valor” para el cliente no sólo tiene que ver con lo que paga por un producto o servicio, sino con el conjunto de beneficios que recibe funcionalidad, calidad, buen servicio, imagen, etc. y lo que entrega a cambio dinero, tiempo, riesgo, etc... (Gamez, 2013)

La ventaja competitiva no es más que las características peculiares del producto o servicio que lo distinguen de los demás lo cual garantiza su aceptación del público. Ya que se tiene claro los diferentes puntos establecidos anteriormente se podrá analizar la propuesta de valor, que consiste en impulsar el desarrollo del emprendimiento, la ida que lograra diferenciar el producto de otros similares realizados por la competencia, considerando los aspectos que motivaran a los consumidores a preferirlos, relacionándose con el precio, calidad, servicio, utilidad entre otros atributos.

El último punto pero no menos importante a explicar es el nombre de la empresa, es el elemento más importante ya que es la carta de presentación de la empresa, su imagen, su sello distintivo y sobre todo debe ser descriptivo, original, atractivo, claro, simple, significativo y agradable, a través de estos elementos se puede lograr posicionar una empresa que logre ser recordada y destacada por la sociedad.

Mediante los temas y elementos mencionados que conforman a una empresa, un emprendedor podrá posicionarse a través de ello, otorgándole su propio sello distintivo, con ayuda de los objetivos, análisis, y propuestas planeadas que se plantean en el documento presente, un emprendedor deberá planear específicamente y detalladamente los objetivos, las metas, el mercado, los productos o servicios que deseara establecer y deberá solucionar las necesidades que sus consumidores soliciten.

## Referencias

*e-educativa.catedu.es*. (s.f.). Obtenido de <http://e-educativa.catedu.es/44700165/aula/archivos/repositorio/2750/2769/html/index.html>

Gamez, J. M. (25 de Julio de 2013). *NTIC`S Formacion Informatica*. Obtenido de <https://josemarquezgomez.wordpress.com/2013/07/25/importancia-y-definicion-de-producto-o-servicio/#:~:text=El%20producto%20es%20el%20punto,lograr%20los%20objetivos%20que%20persigue>.

Prevento. (2019). *Prevento*. Obtenido de <http://prevento.mx/empresa-prottegida/por-que-es-importante-la-organizacion-empresarial/>

Urrutikoetxea, M. (11 de Noviembre de 2016). *SEMrushBlog*. Obtenido de <https://es.semrush.com/blog/analisis-dafo-aliado-estrategico/>